

Digital 2022 Report: 72,6 Millionen Deutsche nutzen Social Media

- *Internetnutzung sinkt leicht: 78,02 Millionen (93 %) Deutsche sind regelmäßig im Netz unterwegs – etwa 2 Prozent weniger als im Vorjahr*
- *Social Media Nutzer zugenommen: 86,5 Prozent der Deutschen sind auf Social Media aktiv. Eine Steigerung von rund 10 Prozent zu 2021*
- *E-Commerce: Über 40 Prozent kaufen wöchentlich online ein*
- *Digitales Marketing: Ausgaben für Social Advertising steigen um fast 23 Prozent*

Hamburg/München, 10. Februar 2021 – [Hootsuite](#), der Marktführer für Social-Media-Management, und [We Are Social](#), die weltweit agierende Kreativagentur, geben in ihrem neuesten Jahresbericht „[Digital 2022](#)“ einen Überblick über die sozialen Medien und digitalen Trends in Deutschland.

78,02 Millionen Menschen sind in Deutschland derzeit online

Die Zahl der Internetnutzer ist im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken. So sind rund 1,6 Millionen Deutsche im World Wide Web unterwegs als noch 2021. Die Zeit, die Internet User im Durchschnitt im Netz verbringen ist ebenfalls leicht um 4 Minuten auf fünf Stunden und 22 Minuten täglich gesunken. 2 Stunden 14 Minuten (41,8%) davon über mobile Endgeräte. Die durchschnittliche Verbindungsgeschwindigkeit macht einen großen Sprung auf 51,03 MBit/s. Das entspricht einem Zuwachs von 52,2 Prozent. Google, Amazon und Youtube sind die Top drei der am häufigsten besuchten Webseiten. Erst dann folgen Facebook und Wikipedia auf Platz vier und fünf. Instagram steigt in die Top Ten ein, weitere soziale Netzwerke sind nicht unter den zwanzig meistbesuchten Seiten.

Social Media wächst weiter

86,5 Prozent oder 72,6 Millionen Menschen nutzen Social Media in Deutschland, ein erneutes Plus von 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. 86,5 Prozent der deutschen Bevölkerung nutzt somit aktiv Social Media. Der durchschnittliche User verfügt dabei über fünf verschiedene Social-Media-Accounts, die regelmäßig genutzt werden. Die tägliche Nutzungszeit ist zum Vorjahr leicht gestiegen und liegt jetzt bei 1 Stunde 29 Minuten. TikTok ist hier der große Gewinner. Zwar sind WhatsApp (83 % der Internetnutzer) und Facebook (60,7 %) immer noch die am meisten genutzten sozialen Netzwerke, liegen aber mit ihren 11,4 bzw. 11,0 Stunden pro Monat weit hinter TikTok mit 23,6 Stunden (+22 %).

Online Content – die häufigsten Nutzungsmotive

Internet-User deutschlandweit nutzen das Internet am häufigsten, um schnell an Informationen zu kommen (73,7 %). Zu Neuigkeiten und aktuellen Events auf dem Laufenden zu bleiben nennen 60 Prozent als Hauptnutzungsmotiv. Direkt danach mit 57,5 Prozent folgt bereits die Suche nach Marken. Die Nutzung des Internets für die Recherche in der Arbeit folgt erst an fünfzehnter Stelle (26,2 %).

E-Commerce

41,7 Prozent der deutschen Internetnutzer zwischen 16 und 64 Jahren kaufen wöchentlich ein Produkt online. Der entscheidende Kaufanreiz liegt für 62,5 Prozent dabei in einer kostenfreien Lieferung. Rabattaktionen (45,7 %) oder eine einfache Rücksendung (40,6 %) folgen dahinter. Insgesamt haben im vergangenen Jahr rund 64 Millionen Deutsche Konsumgüter online gekauft (+3,5 %). Der Umsatz für Konsumgüter lag bei rund 116 Mrd. Euro, 41,4 Prozent davon wurde über ein Mobilgerät getätigt. Die umsatzstärksten Kategorien sind Mode, Elektronik und Möbel – alle mit Zuwächsen von über 20 Prozent.

Durch Corona immer noch stark befeuert wird der Bereich Online-Food-Delivery. Fast 27 Millionen Deutsche lassen sich ihr Essen gerne bringen – 12 Prozent mehr als letztes Jahr. Die stark gebeutelte Reisebranche konnte sich zumindest über das Jahr gesehen über eine Erholung freuen. Die Ausgaben für Flüge kletterten um 26 Prozent nach oben, Hotels sogar um 41 Prozent. Auch Busse auf der Langstrecke (+8 %) und die Bahn (+1 %) kamen auf mehr Umsatz. Autovermietungen verloren dagegen fast 10 Prozent.

Digitales Marketing

Die deutschen Internetnutzer suchen meist klassisch über Suchmaschinen (68,8 %) nach Informationen zu Marken. Preisvergleiche sind mit 38,8 Prozent immer noch Anlaufstelle Nummer Zwei. Die sozialen Netzwerke als hauptsächliche Quelle bei der Informationssuche folgt aber bereits an Dritter Stelle. Rund 28 Prozent suchen dort gezielt nach Informationen. So ist ein Zuwachs von 22,9 Prozent in den Ausgaben für Werbung über Social Media nicht verwunderlich. Insgesamt wird mittlerweile fast ein Viertel der Werbebudgets auf sozialen Netzwerken ausgegeben.

Die komplette Studie „Digital 2022“ von Hootsuite und We Are Social auf Englisch inkl. detaillierter Länderreports finden Sie unter <https://www.hootsuite.com/de/ressourcen/digital-trends>

Über Hootsuite

Hootsuite ist ein weltweit führender Anbieter von Social Media-Management-Software. Die umfassende, einfach zu bedienende Plattform ermöglicht es Marken und Organisationen, dauerhafte Beziehungen zu ihren Zielgruppen in sozialen Netzwerken und Messenger-Diensten aufzubauen. Hootsuite ist als kostenlose Self-Serve-Version sowie im Rahmen von Monats- und Jahresabonnements als kostenpflichtige Professional-, Team-, Business- oder Enterprise-Edition erhältlich. Auf die kostenlosen Self-Serve-Angebote kann direkt von unserer Website aus zugegriffen werden, so dass Kunden innerhalb weniger Minuten mit der Nutzung unserer Produkte beginnen können. Wir haben etwa 200.000 Self-Serve-Kunden und über 5.000 vertriebsunterstützte Kunden sowie Millionen von Nutzern weltweit.

Weitere Informationen unter <https://hootsuite.com/de/>

Über We Are Social

Die Kreativagentur versteht sich selbst als “socially-led”. Nach diesem Credo verfolgen die weltweit über 850 Mitarbeiter an 15 Standorten ein gemeinsames Ziel: Menschen und Marken auf sinnhafte



**we
are
social**

Weise zu verbinden.

Das Unternehmen bekennt sich zu den Menschen vor den Plattformen und glaubt an die Kraft sozialer Einblicke zur Steigerung des Geschäftswerts.

We are Social arbeitet mit zahlreichen internationalen Marken in globalen, regionalen und lokalen Projekten zusammen. Dazu gehören adidas, Netflix, Samsung, Lavazza oder Google.

Weitere Informationen unter <http://wearesocial.de>